

## РЕЙТИНГИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ЯК СКЛАДОВІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ КОМПАНІЄЮ

**Пархоменко О.С., кандидат економічних наук, доцент  
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна**

У статті розглянуто роль рейтингів корпоративного управління як елемента інформаційного забезпечення стратегічного управління. Рейтинги надають зовнішнім і внутрішнім користувачам узагальнені, достовірні і своєчасні відомості про стан оцінюваних компаній, що дозволяє приймати обґрунтовані управлінські рішення щодо подальшого розвитку підприємств. У роботі охарактеризовано основні методичні підходи до оцінки якості корпоративного управління. Зазначається, що використання загальноновизнаних методик оцінювання, зокрема Національної рейтингової шкали, сприяє зменшенню рівня суб'єктивності оцінок. Наведено основні функції, які може виконувати рейтинг корпоративного управління для внутрішніх користувачів (власників, керівників та працівників); виокремлено ті функції, які можуть використовуватися при прийнятті стратегічних рішень. Зазначено, що користування даними рейтингових агентств для зовнішніх користувачів (інвесторів, партнерів, клієнтів) дає підстави для аналізу перспектив подальшого співробітництва із оцінюваним підприємством. Автором досліджено значущість рейтингів корпоративного управління для різних типів інвесторів (ризикових інвесторів, традиційних портфельних інвесторів, стратегічних інвесторів) і визначено основні напрями удосконалення ринкового середовища рейтингових послуг в Україні.

**Ключові слова:** стратегічне управління, інформаційне забезпечення, стратегічна інформація, рейтинг корпоративного управління, індекс корпоративного управління.

**Постановка проблеми.** В умовах швидких змін ринкового середовища, нестійкості стану вітчизняної економіки великого значення набуває необхідність бачення компаніями цілей свого стратегічного розвитку. Ефективними інструментами досягнення цілей і вирішення поетапних завдань стають методи стратегічного управління підприємством.

І. Ансофф (Ansoff) визначав стратегічне управління компанією як логічний та аналітичний процес визначення майбутнього стану підприємства в залежності від зовнішніх умов діяльності.

Аналітичний етап цього процесу включає дослідження різних факторів зовнішнього та внутрішнього середовища компанії. Ефективним аналітичним інструментом при цьому, на нашу думку, можуть виступати рейтинги корпоративного управління, кредитні рейтинги та подібні ним інші засоби ранжування підприємств.

Метою визначення рейтингів є, як правило, ознайомлення всіх зацікавлених гравців ринку із своєчасною та достовірною інформацією про рівень та перспективи розвитку корпоративного управління певного підприємства, групи підприємств, галузі тощо. Таким чином, використання рейтингів корпоративного управління може розглядатися керівництвом компаній, інвесторами та іншими зацікавленими особами як елемент інформаційного забезпечення процесу прийняття стратегічних рішень.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблема, пов'язаним із пошуками оптимальної моделі рейтингу, присвячено багато праць закордонних та вітчизняних економістів: Д. Кричтон-Міллера (Crichton-Miller) [2], П. Уормена (Worman) [2], М. Гібсона [2], М. Бурмаки [3], О.М. Карминського [4], Д. Леонова [3], Ю.Л. Логвиненка [5], С. Румянцева [6], М. Юрси [3] та ін. Наукові роботи, присвячені розробці національної моделі рейтингування, проводилися Українським інститутом розвитку фондового ринку [7]; методики рейтингування, що відповідають міжнародним вимогам, створили такі вітчизняні рейтингові агентства як «Експерт-Рейтинг» та «Кредит-Рейтинг» [8]. Питання інформаційного забезпечення стратегічного управління розглядаються у працях І.П. Босака [9], Р.Ф. Бруханського [10], В.Л. Диканя [5], О.І. Маслака [12], Н.С. Педченко [13] та інших вітчизняних і зарубіжних науковців.

**Метою статті** є визначення ролі рейтингів корпоративного управління як елемента в складі інформаційного забезпечення стратегічного управління.

Через неоднозначність багатьох методик визначення рейтингів корпоративного управління, неоднакові цілі та інтереси учасників ринку вирішення потребує завдання визначення тих функцій, які можуть виконуватися рейтингами як складовою інформаційного забезпечення процесу прийняття управлінських рішень.

**Основні результати дослідження.** Під інформаційним забезпеченням стратегічного управління компанією ми будемо розуміти сукупність інформаційних ресурсів, методів і засобів, які призначені для прийняття стратегічних управлінських рішень. Відповідно, головним компонентом такої сукупності є стратегічна інформація.

На думку В.Л. Диканя, основними рисами стратегічної інформації, на відміну від інших відомостей, є такі [5, с. 229-230]:

- орієнтованість не стільки «всередину» організації, скільки на її зовнішнє та проміжне середовище;
- аналіз інформації в умовах репрезентативної ймовірності;
- прогнозний характер результатів обробки інформації;
- велика ймовірність суб'єктивного тлумачення інформативних показників;
- міжфункціональний характер інформації (необхідність інформаційного забезпечення окремих бізнес-процесів), що призводить до необхідності оперування великими обсягами аналітичної та фінансової інформації.

Зважаючи на зміст цих особливостей, можна стверджувати, що рейтингом корпоративного управління в цілому притаманні зазначені риси, і, таким чином, їх слід розглядати як важливий елемент інформаційного забезпечення стратегічного управління компанією.

За своєю сутністю слово «рейтинг» (від англ. rate – оцінювати, визначати клас, розряд) означає «ступінь популярності, авторитету якоїсь особи, організації, групи, їхньої діяльності, програм, планів, політики у певний час; виводиться шляхом голосування, соціологічних опитувань, анкет і визначається місцем, яке вони посідають серед собі подібних» [13, с. 491]. Тобто, згідно з цим визначенням, рейтинг корпоративного управління можна характеризувати як оцінку ефективності реалізації корпоративного управління компанії за допомогою певних критеріїв на основі експертних методів дослідження. Отже, рейтинг корпоративного управління стає джерелом інформації, яка дозволяє учасникам фінансового ринку отримати узагальнену інформацію про стан корпоративного управління конкретної компанії, галузі та ін.

Основним недоліком рейтингів корпоративного управління, як і всіх результатів досліджень, що базуються на експертних методах, є суб'єктивність оцінок залучених для аналітичної роботи фахівців. Проте її рівень можна суттєво знизити, неухильно дотримуючись основних правил та методології рейтингування, забезпечуючи при цьому незалежність та професіоналізм оцінок.

Складання будь-якого рейтингу ґрунтується на методиці рейтингування, тобто внутрішньому документі суб'єкта рейтингування, який містить сукупність кількісних та якісних чинників, що враховуються в процесі оцінки, а також методи їхнього оцінювання, які дають змогу дослідити потрібні аспекти об'єкта рейтингування та надати рейтинг [5, с. 228].

При цьому суб'єктом рейтингування вважається юридична особа, яка формує рейтинговий вимірник для конкретних видів рейтингових об'єктів, розробляє методикку рейтингування для кожного виду об'єкта рейтингування, визначає рейтингову шкалу для виведення рейтингу та присвоює рейтинг досліджуваному об'єктам, а також органи влади, які реалізують державне регулювання рейтингової діяльності та встановлюють основні правила її легального здійснення в Україні [5, с. 228].

Існує низка методичних підходів до оцінки якості корпоративного управління, які прийнято використовувати у процесі рейтингування (табл. 1).

Таблиця 1 – Основні рейтинги корпоративного управління

Найменування рейтингу	Коротка характеристика
1	2
Коефіцієнт корпоративного управління (Corporate Governance Quotient – CGQ), розроблений Institutional Shareholder Services (ISS)	Рейтинг базується на оцінці 61 фактора, які поділено на вісім груп: склад і структура керівних органів; питання, пов'язані з аудитом; статут і внутрішні нормативні документи; виконання законодавства про акціонерні товариства; компенсації членам виконавчих органів управління; якісні фактори, включаючи виконання фінансових планів; власність керівників та службовців компанії; освіта керівників. Отже, рейтинг Institutional Shareholder Services враховує не тільки структуру корпоративного управління компанії, але й її положення на ринку. Даний коефіцієнт визначається відносно ринкового індексу і галузі, до якої належить компанія, і розподіляє підприємства в галузевий чи груповий ранжований ряд.

1	2
Індикатор рівня корпоративного управління рейтингового агентства Standard & Poor's (S&P Corporate Governance Score – CGS)	Рейтинг корпоративного управління Standard & Poor's (S&P) вважається зразковим. Висновки даного агентства щодо практики та принципів корпоративного управління досліджуваної компанії базуються на порівняльному аналізі поточних стандартів управління та еталонних моделей (моделі корпоративного управління Організації економічного співробітництва та розвитку).
Рейтинг корпоративного управління (DR) консалтингової фірми Deminor (Брюссель)	Основою розрахунку рейтингу корпоративного управління (DR) консалтингової фірми Deminor є публічна інформація, інформація, яка безпосередньо надається агентству акціонерним товариством, персональне інтерв'ю з представниками органу управління. У процесі аналізу оцінюються права і обов'язки акціонерів, передача прав власності акціонерів, прозорість корпоративного управління, структура і функціонування ради директорів.
Рейтинг корпоративного управління інвестиційного банку Brunswick UBS Warburg	Основою визначення рейтингу відповідно до цієї методики є аналіз існуючих та потенційних ризиків корпоративного управління підприємства, що досліджується. Тобто діяльність компанії оцінюється за певними категоріями ризиків через нарахування штрафних балів. Таким чином, чим вищим є числове значення рейтингової оцінки, тим більшими є ризики, які пов'язані з даною компанією. У процесі формування рейтингу агентство використовує винятково публічну інформацію, а отримані та оприлюднені оцінки не узгоджуються з компаніями. Проте даний рейтинг містить низку параметрів, які орієнтовані лише на іноземних інвесторів і не мають відношення до якості корпоративного управління.
Індекс розвитку корпоративного управління (CGR) за методикою Кричтон-Міллера та Уормана	Зміст індексу полягає в оцінці ризику втрат інвесторів від неефективного корпоративного управління в країнах з перехідною економікою. Параметрами оцінки в цьому випадку є: оцінка чинного законодавства у галузі регулювання діяльності акціонерних товариств; оцінка правових процесів; оцінка регуляторного режиму; оцінка «етичного покриття», яке характеризує рівень корупції, роль криміналу, масштаби хабарництва та ін.
Рейтинг агентства «Експерт Рейтинг»	Інформаційною базою цього рейтингу є публічна інформація та дані, отримані безпосередньо від підприємств-учасників рейтингу. Даний рейтинг визначається за допомогою інтегральної оцінки за такими групами показників: права акціонерів; діяльність органів управління та контролю; розкриття інформації; дотримання інтересів інших зацікавлених сторін та корпоративна соціальна відповідальність.
Рейтинг агентства «Кредит-Рейтинг»	Оцінка рівня корпоративного управління компанією здійснюється за вітчизняною Національною шкалою рейтингів корпоративного управління. Рейтинг визначається шляхом дослідження окремих складових системи корпоративного управління, які розглядаються рейтинговим агентством у ході проведення відповідних досліджень: структури власності компанії, прав власників та інших зацікавлених осіб, механізмів управління, рівня розкриття інформації, аудиту.
Економетрична модель М. Гібсона	Методика рейтингування М.Гібсона для країн з перехідною економікою ґрунтується на економетричному підході до оцінки рівня управління компанією. Сутність її полягає в аналізі результатів діяльності підприємства, що дозволяє оцінити тенденції розвитку акціонерного товариства як суб'єкта підприємництва в залежності від впливу корпоративного управління
Інтегральний індекс корпоративного управління Українського інституту розвитку фондового ринку (CGI)	Визначається як сумарний показник, що складається з індексу рівня розвитку корпоративного права в країні (CGI-1), індексу рівня регуляторного впливу уповноважених органів влади на процес корпоративного управління в країні (CGI-2) та індексу рівня корпоративного управління в акціонерних товариствах (CGI-3) з урахуванням визначеної в методиці ваги кожного з них.

\*Розроблено автором відповідно до [3, 7, 8, 15, 16, 17, с. 104-105].

Представлені вище рейтинги в основному ґрунтуються на методиках, викладених у рекомендаціях Міжнародної організації комісії із цінних паперів (IOSCO), Принципах корпоративного управління ОЕСР, Принципах корпоративного управління України, Рекомендаціях з найкращої практики управління для акціонерних товариств України тощо.

Як можна побачити, рейтинг агентства «Експерт-Рейтинг» та індекс Українського інституту розвитку фондового ринку базуються виключно на публічній інформації, тобто вони є дистанційними і можуть визначатися та оприлюднюватися незалежно від побажань оцінюваних компаній. Це особливо важливо в умовах нашої країни, коли система рейтингування корпоративного управління ще недостатньо поширена, а ті підприємства, які все ж таки наважуються на оцінку власного стану, належать переважно до крупних компаній банківського сектора, металургійної, машинобудівної, харчової та хімічної промисловості, транспорту та мобільного зв'язку. В основному ж вітчизняні акціонерні товариства не мають ні рейтингу, ні кодексу корпоративного управління, а це дуже перешкоджає руху цих компаній до зовнішніх ринків та формуванню високого рівня інвестиційної привабливості.

Що стосується застосовуваних шкал оцінювання, то тут слід зазначити, що два з офіційно визнаних на ринку рейтингових послуг агентств («Експерт-Рейтинг» та «Кредит-Рейтинг») використовують Національну рейтингову шкалу, а це сприяє зменшенню рівня суб'єктивності оцінок.

Параметри оцінювання в описаних рейтингових методиках у цілому відповідають один одному, але «Експерт-Рейтинг» також враховує параметри корпоративної соціальної відповідальності, що останнім часом дуже цінуються потенційними інвесторами. Проте, на наш погляд, оцінка, пропонує Українським інститутом розвитку фондового ринку, є більш цікавою з точки зору всебічного аналізу досліджуваних суб'єктів підприємництва, до того ж враховує дуже важливий в умовах вітчизняного бізнесу рівень регуляторного впливу уповноважених органів влади на процес корпоративного управління в країні.

Крім зазначених вище рейтингів, в Україні були спроби використовувати способи оцінки інших агентств: «IBI-Rating» (Київ), «Агентство фондового ринку» (Київ), «Інвест-Рейтинг» (Дніпропетровськ), «Консалтинг-Гамма» (Кривий Ріг), «Рюрик» (Київ), «Українське агентство фінансового розвитку» (Київ). Але дослідження ринку рейтингових послуг [18] показало, що реальний досвід роботи з присвоєння рейтингів згідно з міжнародними вимогами мали тільки два описаних нами агентства – «Кредит-Рейтинг» та «Експерт-Рейтинг». Діяльність решти суб'єктів рейтингування не відповідає вимогам, що висуваються законодавством до таких послуг.

Прийнято вважати, що інвестори, власники та інші учасники ринку уважно спостерігають за зміною рейтингів і, приймаючи рішення щодо подальшої діяльності компанії, у тому числі її стратегічного розвитку, орієнтуються значною мірою саме на висновки рейтингових агентств.

Проте важливо враховувати, що рейтинги корпоративного управління відбивають точку зору укладача рейтингу на нефінансові ризики, пов'язані з певною компанією, і це має сприяти визначенню справедливої вартості її акцій та ухваленню обґрунтованих управлінських рішень.

Очевидно, що через неоднаковість підходів агентств до рейтингування одне й те ж підприємство може посідати різне місце у рейтингах. Відповідно, беручи до уваги отримані оцінки, керівництву компаній та іншими зацікавленим суб'єктам слід зважати на відповідність критеріїв, які лягли в основу того чи іншого рейтингу, тим цілям, що ставлять перед собою користувачі рейтингової інформації.

Основних користувачів рейтингової інформації в залежності від сфери її застосування можна поділити на зовнішніх та внутрішніх. До зовнішніх слід віднести групи державних органів, інвесторів, кредиторів, постачальників, конкурентів, клієнтів. Відповідно, серед внутрішніх споживачів виділяються групи керівників, власників та працівників підприємства.

Кожна із зазначених цільових груп в результаті ознайомлення з рейтингом зацікавлена в отриманні достовірної та своєчасної інформації про стан та перспективи розвитку досліджуваної компанії. При цьому для кожної групи представлена інформація має неоднакову цінність і виконує різні функції в залежності від цілей, які постають перед даними користувачами.

Наведемо основні функції, які може виконувати рейтинг корпоративного управління для внутрішніх користувачів і, відповідно, які впливають на рішення керівників підприємства у сфері стратегічного управління [5, с. 229; 8; 15; 16]:

1. Для власників рейтинг корпоративного управління:

- є показником оцінювання фінансово-господарського стану підприємства за основними компонентами рейтингу;
- є індикатором оцінки правильності обраної стратегії діяльності та орієнтиром для подальших дій;

- створює стимули до впровадження процесних інновацій, удосконалення контролю якості управління, обліку та інших сфер діяльності компанії;
  - є інструментом залучення зовнішніх інвестиційних ресурсів та розширення клієнтської бази;
  - характеризує рівень захисту інтересів міноритарних власників від впливу крупних акціонерів;
  - при позитивному значенні свідчить про потенційне підвищення вартості капіталу підприємства;
  - є додатковим інструментом захисту від небажаного поглинання.
2. Для керівників рейтинги корпоративного управління:
- є базою порівняння із діловими партнерами і конкурентами з метою позиціонування на ринку та розроблення оптимальних управлінських рішень;
  - може виступати діючим елементом рекламної кампанії підприємства та одним із ключових чинників формування його іміджу у відносинах із громадськістю;
  - полегшує доступ до кредитних ресурсів;
  - надає додаткові можливості для залучення нових висококваліфікованих трудових ресурсів та стимули до подальшої співпраці з боку наявних фахівців.
3. Для працівників рейтинги корпоративного управління:
- відбивають реальне становище та характеризує тенденції розвитку підприємства, є індикатором доцільності співпраці з ним;
  - при позитивних значеннях мотивує до підвищення «корпоративного духу», продуктивності та креативності.

Як можна побачити з перелічених функцій, майже всі з них слугують цілям стратегічного управління організацією: починаючи з того, що рейтинг є індикатором оцінки правильності обраної стратегії діяльності та орієнтиром для подальших дій для власників, і закінчуючи тим, що для працівників подібні рейтинги є показником реального становища та характеристикою тенденцій розвитку підприємства, індикатором доцільності співпраці з ним.

Що стосується зовнішніх користувачів рейтингів, то користування даними рейтингових агентств дає підстави для аналізу перспектив подальшого співробітництва із оцінюваним підприємством інвесторам, партнерам, клієнтам тощо.

Слід зауважити, що зацікавленість інвесторів у спільній роботі з компанією є важливим фактором стратегічного управління. При цьому необхідно розділяти ризикових інвесторів, традиційних портфельних інвесторів і стратегічних інвесторів [19].

Для ризикових інвесторів рейтинги корпоративного управління особливого значення не мають – вони схильні до високих ризиків через потенційну високу прибутковість проектів, тому на якість управління і стійкість підприємства можуть не звертати особливої уваги – для них більш важливими є інші фактори, які роблять їхню взаємодію з компанією більш чи менш привабливою.

Для традиційних портфельних інвесторів (пенсійних фондів, страхових компаній, деяких інвестиційних фондів) залежність між якістю корпоративного управління, високими рейтингами і зростанням курсової вартості акцій компанії від якості корпоративного управління не є очевидною. Проте досвід діяльності таких інвесторів свідчить про те, що падіння вартості акцій часто пов'язано із падінням рівня корпоративного управління і, відповідно, може впливати на їх рішення щодо фінансування діяльності певної компанії. Тобто із падінням ризику інвестицій якість корпоративного управління і рейтингова оцінка підприємства може мати пріоритетну роль для традиційного інвестора.

Для стратегічних інвесторів, які прагнуть досягнути повного або часткового контролю над діяльністю підприємства, рейтинги корпоративного управління грають важливу роль через необхідність відповідати перед своїми акціонерами, запевняючи їх в надійності здійснених інвестицій.

**Висновки.** Основним недоліком рейтингу корпоративного управління, як і всіх результатів досліджень, що базуються на експертних методах, залишається суб'єктивність оцінок залучених для аналітичної роботи фахівців. Тому основними напрямками удосконалення ринкового середовища рейтингових послуг, на наш погляд, є:

- розвиток конкуренції на цьому ринку шляхом створення мережі незалежних рейтингових агентств, що має сприяти зростанню якості рейтингових послуг та зниженню їхньої вартості;
- підвищення рівня кваліфікації співробітників рейтингових агентств;

- забезпечення прозорості та повноти відомостей, які необхідні інвесторам та іншим зацікавленим особам, що працюють на фондовому ринку, у відповідності до міжнародних вимог.

Отже, можна вважати, що рейтинги корпоративного управління є необхідним інструментом розробки стратегічних рішень за рахунок того, що підприємствам при розробці своєї стратегічної політики доцільно орієнтуватися на оцінки рейтингових агентств. Це, за інших рівних умов, сприятиме їхній інвестиційній привабливості, економічному та фінансовому розвитку: знаходження на низькій ступені рейтингу спонукатиме керівництво шукати способи підвищення своїх показників, високий рейтинг буде додатковим аргументом для інвестора на користь даного підприємства.

Крім того, розвинутий ринок рейтингових послуг зумовлюватиме підвищення якості оцінок діяльності підприємств. Враховуючи той факт, що рейтинги можуть складатися за різними методиками, із залученням різних за доступністю джерел, орієнтуватися на різну цільову аудиторію, компанії, виходячи із своїх стратегічних цілей, можуть досягати необхідних показників своєї діяльності, орієнтуючись на сформовані рейтинговими агентствами критерії. При цьому необхідно враховувати, що не існує якоїсь ідеальної моделі оцінки діяльності і стану підприємств, тому при виборі орієнтирів подальшого розвитку компаніям, можливо, слід розробити власну модель оцінки своєї ефективності, враховуючи як кількісні, так і якісні показники рівня корпоративного управління, фінансового стану та соціально-економічного розвитку.

### Література

1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
2. Crichton-Miller D. Seeking a structured approach to assessing Corporate Governance Risk in Emerging Markets / D. Crichton-Miller, P. B. Worman. – 1999. – Institute of International Finance.
3. Gibson M.S. Is Corporate Governance Ineffective in Emerging Markets? [Електронний ресурс] / M.S. Gibson // Finance and Economics Discussion Series June 2002. – № 1999-63 Режим доступу: <http://www.federalreserve.gov/pubs/feds/1999/199963/199963pap.pdf>.
4. Леонов Д. Индекс корпоративного управління в Україні: методологічні засади обчислення [Електронний ресурс] // Д. Леонов, М. Бурмака, М. Юрса // Ринок цінних паперів України. – 2008, № 7-8 – Режим доступу: <http://www.corporation.com.ua/library/publication/pub.php?id=257>.
5. Карминский А.М. Рейтинги в экономике: методология и практика / А.М. Карминский, А.Е. Петров, А.А. Пересецкий. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 240 с.
6. Логвиненко Ю.Л. Сутність та значення рейтингів у підприємницькому середовищі / Ю.Л. Логвиненко // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.3. – С. 223-231.
7. Румянцев С. Рейтинги корпоративного управління / С. Румянцев // Цінні папери України [Електронний ресурс]. – 2003. – № 44 (332). – 4 листопада 2004 р – Режим доступу: <http://www.corporation.com.ua/library/publication/pub.php?id=181>.
8. Звіт з науково-дослідної роботи «Дослідження Індексу корпоративного управління в Україні» [Електронний ресурс] / Український інститут розвитку фондового ринку. – Режим доступу: <http://aub.org.ua/atachs/indexKU.doc>.
9. Методологія оцінки рівня корпоративного управління [Електронний ресурс] / Рейтингове агентство «Кредит-Рейтинг». – Режим доступу: [http://www.credit-rating.ua/img/st\\_img/Methodology/RCG\\_method.pdf](http://www.credit-rating.ua/img/st_img/Methodology/RCG_method.pdf).
10. Босак І.П. Інформаційне забезпечення управління підприємством: економічний аспект / І.П. Босак, Є.М. Палига // Регіональна економіка. – 2007. – № 4. – С. 193-195
11. Бруханський Р. Проблеми і пріоритети інформаційного забезпечення стратегічного менеджменту сільськогосподарських підприємств України / Р. Бруханський // Економічний аналіз. – 2011. – Вип. 9. Ч. 2. – С. 69-71.
12. Дикань В. Л. Стратегічне управління: навч. посіб. / В. Л. Дикань, В. О. Зубенко, О. В. Маковоз та ін. – Київ: ЦУЛ, 2013. – 272 с.
13. Маслак О. І. Інформаційне забезпечення процесу управління стратегічною стійкістю підприємства / О. І. Маслак, І. В. Коробкова // Інвестиції: практика та досвід [Електронний ресурс]. – 2015. – №4. – С. 23-25. – Режим доступу: [http://www.investplan.com.ua/pdf/4\\_2015/6.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/4_2015/6.pdf).
14. Педченко Н.С. Системний підхід до інструментарію інформаційного забезпечення стратегічного управління потенціалом розвитку підприємства [Електронний ресурс] / Н.С. Педченко. – Інноваційна економіка. Всеукраїнський науково-виробничий журнал. – 2012. – № 8. – С. 260-266. – Режим доступу: <http://194.44.39.210/bitstream/123456789/697/1/260%5b1%5d.pdf>
15. Словник іншомовних слів / уклад. С.М. Морозов, Л.М. Шкарапута. – К.: Наук. думка, 2000. – 680 с.
16. Кумз П. Цена корпоративного управління / П. Кумз, М. Уотсон, К. Кампос и др. // Вестник McKinsey [Електронний ресурс]. – 2003. – № 3. – Режим доступу: <http://vestnikmckinsey.ru/organizational-models-and-management-systems/cena-korporativnogo-upravleniya>.

17. Пархоменко О.С. Використання рейтингів корпоративного управління в Україні. / О.С. Пархоменко // Продуктивні сили і регіональна економіка: Зб. наук. пр.: У 2 ч. / РВПС України НАН України. – К.: РВПС України НАН України, 2010. – Ч. 1. – С.231-238.
18. Момот Т.В. Вартісно-орієнтоване корпоративне управління: від теорії до практичного впровадження: (Монографія) / Т.В.Момот. – Харків: ХНАМГ, 2006. – 380 с.
19. Дослідження ринку кредитно-рейтингових послуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rate1.com.ua/ua/ekonomika/finansi/1886/>.
20. Сонин А. О чем говорят рейтинги корпоративного управления / А. Сонин [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ia-ru.ru/inner\\_auditor/publication/member\\_articles/sonin5/](http://www.ia-ru.ru/inner_auditor/publication/member_articles/sonin5/).

## References

1. Ansoff, I. (1989). *Strategicheskoe upravlenie [Strategic Management]*. Moscow: Ekonomika.
2. Crichton-Miller, D., Worman, P.B. (1999). Seeking a structured approach to assessing Corporate Governance Risk in Emerging Markets. Institute of International Finance.
3. Gibson, M.S. (2002) Is Corporate Governance Ineffective in Emerging Markets? Finance and Economics Discussion Series June 2002, 1999-63 Retrieved from: <http://www.federalreserve.gov/pubs/feds/1999/199963/199963pap.pdf>.
4. Leonov, D., Burmaka, M. & Yursa, M. The corporate governance index in Ukraine: methodological foundations of calculus Retrieved from: <http://www.corporation.com.ua/library/publication/pub.php?id=257> (in Ukr.).
5. Karminskij, A.M. (2005) *Rejtingi v jekonomike: metodologija i praktika [Ratings in economy: methodology and practice]*/ A.M. Karminskij, A.E. Petrov, A.A. Pereseckij. Moscow, Finance and statistics.
6. Lohvynenko, Yu. (2009). The essence and importance of ratings in the business environment. *Naukovyj visnyk NLTU Ukrainy*, v. 19.3, 223-231 (in Ukr.).
7. Rumjancev, S. Corporate governance ratings. Securities of Ukraine. Retrieved from: <http://www.corporation.com.ua/library/publication/pub.php?id=181> (in Ukr.).
8. Ukrainian Institute of stock market development. Study of corporate governance Index in Ukraine. Retrieved from: <http://aub.org.ua/atachs/indexKU.doc>. (in Ukr.).
9. The Rating Agency «Kredit-Rejting». The methodology of evaluation of the corporate governance level. Retrieved from: [http://www.credit-rating.ua/img/st\\_img/Methodology/RCG\\_method.pdf](http://www.credit-rating.ua/img/st_img/Methodology/RCG_method.pdf).
10. Bosak, I., Palyha, Ye. (2007) Information support of enterprise management : the economic aspect. *Regional economy*, 4, 193-195.
11. Brukhanskij, R. (2011) Problems and priorities of information support of agricultural enterprises' strategic management in Ukraine. *Economic analysis*, v. 9. p.2., 69-71. (in Ukr.).
12. Dikan', V., Zubenko V. & Makovoz O. (2013). *Strategichne upravlinnja: navch. posib. [Strategic Management]*. Kiiv: CUL. (in Ukr.).
13. Maslak, O., Korobkova, I. (2015) Information support of the process of company's managing strategic stability. *Investment: practice and experience*, 4, 23 – 25. – Retrieved from: [http://www.investplan.com.ua/pdf/4\\_2015/6.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/4_2015/6.pdf). (in Ukr.).
14. Pedchenko, N. (2012) System approach to providing tools of strategic management's information support of enterprise. – *Innovative economy. All-Ukrainian scientific-production journal*, 8. 260-266. – Retrieved from: <http://194.44.39.210/bitstream/123456789/697/1/260%5b1%5d.pdf> (in Ukr.).
15. Morozov, S., Shkaraputa L.M. (Eds.). (2000). *Slovnnyk inshomovnykh sliv [Dictionary of foreign words]*. Kyiv: Nauk. Dumka. (in Ukr.).
16. Kumz, P. Uotson, M., & Kampos, K. (2003) The price of corporate managment. *Vestnik McKinsey*, v. 3. Retrieved from: <http://vestnikmckinsey.ru/organizational-models-and-management-systems/cena-korporativnogo-upravleniya>.
17. Parkhomenko, O. (2010) Using the corporate governance ratings in Ukraine. *Produktivni syly i rehional'na ekonomika: Zb. nauk. pr.* Kyiv: RVPS Ukrainy NAN Ukrainy, v. 1. 231-238 (in Ukr.).
18. Момот, Т. (2006). *Vartisno-orientovane korporativne upravlinnia: vid teorii do praktychnoho vprovadzhenia [Value-oriented corporate management: from theory to practical implementation]*. Kharkiv: O.M.Beketov National University of Urban Economy (in Ukr.).
19. The first rating system. Market research of credit rating services. Retrieved from: <http://www.rate1.com.ua/ua/ekonomika/finansi/1886/>.
20. Sonin, A. Talking about corporate governance ratings. Retrieved from: [http://www.ia-ru.ru/inner\\_auditor/publication/member\\_articles/sonin5/](http://www.ia-ru.ru/inner_auditor/publication/member_articles/sonin5/).